

平成 31 年度（令和元年度）＜事業報告書＞

＜はじめに＞

デジタルデバイスの台頭など、雑誌を取り巻く環境が大きく変化している昨今、無事に新年度を迎えられるのも、ひとえに会員各社の皆様のおかげと感謝している。そしてこういう環境下で、雑誌広告もその価値や多様な活用法があらためて見直され、大きな可能性と変化を感じている。

出版科学研究所の発表によると、2019年の出版市場規模は、統計を紙+電子の販売金額の合計とした2014年以降で、初めてプラスに転じた。販売額は1兆5,432億円、前年比0.2%増だった。この数字だけで「市場が底を打った」とは言えないが、光明が見えたことは間違いない。

デジタルシフトが成功して好業績を出す雑誌発行社や広告会社がある一方、なかなか妙手を見いだせず、苦戦している会社もある。協会活動の大きな挑戦として令和元年にガイドラインを発表した「電子雑誌広告タスクフォース」や、6回目を実施した雑誌広告効果測定調査「M-VALUE」の蓄積が、プランニングやバイニングの強力な武器になるよう、さらに改善を図らねばならない。

電通の「2019年日本の広告費」によれば、総広告費は6兆9,381億円で、8年連続のプラス成長だという。インターネット広告費が初めて2兆円を超え、テレビの広告費を抜いた。雑誌広告費は1,675億円（前年比91.0%）だが、下がり続けてきた広告売上げが、デジタルの好業績でプラスに転じた出版社がいくつかある。昨年初めて公表されたマスコミ四媒体由来のデジタル広告費も急速に成長しており、とりわけ雑誌デジタルは2019年も405億円（前年比120.2%）と大幅な伸長が見られた。

協会の活動の中心を担う各委員会やセミナーの開催が、新型コロナウイルスの影響で制約を受ける中、雑誌広告界に見えた光明を確かなものにするべく、会員各社の力となる活動をしていきたいと切に願っている。

1. 第74回「定時総会」及び「臨時理事会」開催

第74回定時総会が令和元年5月14日午後1時から木村昭延専務理事司会のもと、東京ドームホテルで正会員、賛助会員約350名が出席して開催された。木村専務理事の開会の辞に続いて、堀内丸恵理事長（集英社代表取締役社長）が議長となり議事に入り、議事録署名人には辻 浩明氏（祥伝社代表取締役社長）、中村哲也氏（昭通代表取締役社長）を選任した。続いて木村専務理事が平成30年度事業報告、同収支決算報告書を説明し、また監事を代表して大川 博氏（双葉通信社代表取締役社長）が何れも正確である旨の報告を行なった。次に平成31年度（令和元年度）事業計画案、同収支予算案について木村専務理事から提案理由の説明があり、全員異議なく原案通り承認可決した。

続いて任期満了にともなう役員選任に入り、下記のとおり新理事45名を選任した。

片桐隆雄、四宮さをり、姜 明子、黒田武嗣、小宮英行、高杉純一、佐藤 均、庄盛克也、秋山伴道、石川真弓、桜井 靖、佐野好市郎、森 紀一朗、岡田聡志、細野敏彦、山崎久樹、山田文明、加藤雅己、巴 一寿、木村昭延、笠原 久、斎藤 恵、山本 司、阿部健一郎、中村理一郎、山内科子、廣瀬有二、木島秀夫、鈴木基予、境富士夫、鶴留伸二、奥田建蔵、加藤浩志、竹内絵里子、三谷恵子、島内 卓、田中 恵、古川公平、勝川賢一、久米 功、福原知晃、熊井昌広、前田一郎、堀内善太、大井淳司

更に下記3名を監事に選任した。

大川 博、古川 肇、石井潤一郎

次に顧問には木滑良久、石崎 孟、山下秀樹、高橋基陽の4氏、相談役については松岡直昭、倉田和夫の2氏に委嘱したことを報告し、1時30分、定時総会を終了した。

続いて理事長・副理事長・専務理事を選定するため、別室で臨時理事会を開き、理事長には片桐隆雄、副理事長には佐藤 均・鈴木基予・中村理一郎の各氏、さらに専務理事には木村昭延氏を選定した。顧問には堀内丸恵氏を新たに選定した。

又、企画委員長・森 紀一郎氏、倫理委員長・木島秀夫氏、PR委員長・斎藤 恵氏、取引・作業合理化委員長・阿部健一郎氏、広告問題対策委員長・高杉純一氏、財務委員長・古川公平氏、広告賞運営委員長・鈴木基予氏、会報編集委員長・姜 明子氏、国際委員長・田中 恵氏を選任した。

その後、山口 周氏（リベラルアーティスト、作家、パブリックスピーカー、コンフェリーシニアパートナー、一橋大学経営管理研究科非常勤講師）の「経営におけるアートとビジネスのリバランス」と題する講演があり、終了後、業界関係者を招待した懇親パーティに移り、片桐隆雄新理事長の挨拶があり、4時30分、盛況裡に散会した。

2. 「臨時総会」開催

令和元年10月11日午後4時から木村昭延専務理事司会のもと、出版クラブビル401+402会議室で開催した。

木村専務理事が「定款17条の定足数事項を満たしているので成立した（正会員155名のうち、出席者26名・委任状92名）」旨を報告、片桐隆雄理事長が議長となり、議案の審議に入った。まず、議事録署名人に島内 卓氏（朝日新聞出版）、巴 一寿氏（第一通信社）を選任。次いで理事選任について審議を行った。

木村専務理事から、現理事の奥田建蔵氏（東急エージェンシー）が、社内の異動により理事を辞任する旨の届出があり、その補欠として後任理事を選任する旨を述べ、候補者として東井浩平氏（東急エージェンシー）を紹介した。質問、意見を募ったが特に発言がなく、本候補者の理事選任への可否を諮り、異議なく承認可決した。

以上をもって、午後4時10分、臨時総会は終了した。

3. 日本雑誌広告協会「新年会」開催

令和2年1月8日午前11時から東京ドームホテルで開催。

片桐隆雄理事長の挨拶の後、乾杯があり、歓談で賑わう中、午後12時30分に終了した。

この日の出席者は主客併せて400名を超えた。

4. 第62回「日本雑誌広告賞」表彰会開催 <広告賞運営委員会>

第62回「日本雑誌広告賞」表彰会を令和元年11月6日午後3時から東京ドームホテルで開催し、片桐隆雄理事長、佐藤 均副理事長から入賞広告主25社に対し、<金賞>13点、<銀賞>13点、計26点の賞状を贈り、続いて<経済産業大臣賞（グランプリ）>の賞状を、大臣代理・高木美香氏（経済産業省 コンテンツ産業課長）から、グッチジャパンに贈った。続いて<総合賞>もグッチジャパンが受賞、片桐理事長から賞状を贈った。

経済産業大臣賞（グランプリ）・総合賞を受賞したグッチジャパンには、＜日本雑誌広告協会賞＞として賞金も贈られ、同社 ブランド&カスタマー エンゲージメント部 ヴァイスプレジデント 野原 エリアナ典子氏が謝辞を述べた。また、経済産業大臣賞受賞作品を制作したスタッフには、＜制作者賞＞として賞状並びに賞金を贈った。最後にFR&U×SDGsプロジェクトと幸楽苑ホールディングスに対し、＜広告賞運営委員会特別賞＞として賞状を贈った。

表彰会は藤田基予広告賞運営委員長の司会で開会し、主催者を代表して片桐理事長が挨拶、続いて佐々木 宏審査委員長から審査の経過報告、経済産業省 コンテンツ産業課長 高木美香氏の挨拶、日本アドバタイザーズ協会 雑誌委員会委員長 佐藤 圭氏の祝辞があり、最後にグッチジャパンへの盛大な拍手で閉会した。

引き続き別室で記念パーティを催し、主客併せて600名に達する参加者のもと、5時30分盛況裡に散会した。

本年度の広告賞の作品提出数は2,505点で、これらの作品について7月24日、当協会役員社を代表する42名の選考委員が厳正な協会選考を行ない、223点を選出した。その中から9月3日LEVEL XXIで下記8名の審査委員により入賞作品を決定した。

○審査委員長＝佐々木 宏（クリエイティブディレクター）、審査委員＝箭内道彦（クリエイティブディレクター 東京藝術大学 学長特別補佐 美術学部デザイン科教授）、尾形真理子（クリエイティブディレクター／コピーライター）、中井美穂（アナウンサー）、安藤桃子（映画監督）、高須泰行（前年度総合賞受賞社代表 パナソニック アプライアンス社 コンシューマーマーケティングジャパン本部 コミュニケーション部 クリエイティブ課 担当課長）、佐藤 圭（日本アドバタイザーズ協会 雑誌委員会委員長）、佐藤 均（日本雑誌広告協会 副理事長） [順不同・敬称略]

○入賞広告主は下記の通り。（カッコ内の金は金賞、銀は銀賞の略、数字は受賞点数）

MHDモエ ヘネシー ディアジオ（金1）、ポーラファルマ（金1）、グッチジャパン（金1・銀1・大臣賞・総合賞）、湖都コーポレーション（金1）、サザビーリーグ リトルリーグカンパニー ロンハーマン（金1）、日本たばこ産業（金1）、フローフシ（金1）、イッセイ ミヤケ（金1）、ソフトバンク（金1）、ソニー（金1）、キューピー（金1）、パナソニック（金1）、中田食品（金1）、ヨックモックホールディングス（銀1）、シャネル（銀1）、バング・アンド・オルフセン・ジャパン（銀1）、全国農業協同組合連合会（銀1）、エポック社（銀1）、アルビオン（銀1）、ルイ・ヴィトン ジャパン（銀1）、大和ハウス工業（銀1）、ヤマハ音楽振興会（銀1）、YKK AP（銀1）、パイロットコーポレーション（銀1）、三和酒類（銀1）。

FR&U×SDGsプロジェクト（広告賞運営委員会特別賞／金）、幸楽苑ホールディングス（広告賞運営委員会特別賞／銀）。

5. 第6回雑誌広告効果測定調査「M-VALUE」の実施 ＜企画委員会＞

日本雑誌協会と共同で、ビデオリサーチの協力のもと、「雑誌広告効果測定調査」を平成25年10月の第1回から平成31年の第6回目まで実施してきた。この調査は雑誌広告に関して業界共通で利用できる客観的な基準値を整備、蓄積することを目的とし、各出版社からの雑誌エントリーと広告会社（電通、博報堂DYメディアパートナーズ、ADKマーケティング・ソリューションズ）、およびビデオリサーチの出資による共同調査として実施してきた。調査データを通じて雑誌広告の真の価値を伝えたいという思いを込め、「M-VALUE（エム・バリュー）」＜商標登録済＞と名付けてい

る。

第1回から第3回までの調査は秋であったが、他の季節のデータも必要との考えから、平成29年の第4回調査から平成31年の第6回目は春の調査とした。平成31年2月末日から4月末日までの発売号を対象として調査を実施した。参加は21社、12ジャンル33誌となった。ネットリサーチモニターから抽出した各雑誌の読者に対して、掲載広告への接触の有無、広告接触後の心理変容・レスポンス行動などを測定することで効果を明らかにするとともに、蓄積データによる雑誌広告効果の基準整備を推進した。

本調査の結果は令和元年9月にリリースを発表し、参加出版社への報告会および勉強会を実施した。

これまで合計3,990素材のデータを蓄積し、信頼性の高い共通指標として活用に使ってきた。構想から10年、第1回調査からも6年が経過し、雑誌を取り巻く環境の変化が急速に進んでいる。次回の調査はデジタルの伸張、デバイスの進化・多様化に対応すべく、新しい調査内容と手法を検討する。

近年、広告効果やアカウントビリティに対する意識が高まる中、「共通指標の整備」のため今後はさらに有効な雑誌広告効果測定調査を実施し、「効果検証」を支援していくことで雑誌広告の信頼性や価値向上を図り、データに基づくプランニングや取引の活性化に貢献することを目指していく。

6. 電子雑誌広告タスクフォース <企画委員会>

近年、電子雑誌・電子書籍の販売は伸長を続けており、その販売形態も多様化している。また、出版社サイトのインターネット広告販売については、各社が様々な課題に取り組んでいる。

一方、電子雑誌における広告については、出版社もしくは雑誌ごとに広告掲載の有無、掲載期間、原稿仕様、リンク機能の有無などが統一されておらず、広告の販売活動が行いづらい状況にある。更には、電子雑誌広告の効果や価値検証も十分に行われていない事から、今後の成長に伴って評価のあり方が問われる事が予想される。

上記のような課題を集約し、成長が見込まれる電子雑誌広告のあり方について早期に研究・検討・対策を行い、未来への準備を行う事が急務と考え、「電子雑誌広告（雑誌のデジタル化に伴う広告）タスクフォース」を設置し、5月を目途に指針となる「電子雑誌広告ガイドライン」の策定を進めてきた。

5月24日に統一ガイドラインを策定し記者発表を行った。今後インターネットやデバイスを通じて成長が見込まれる電子雑誌に対応し、電子雑誌広告の価値向上及び安定的な運用を目的として規定・ルールを設ける場合の「基本的な考え方」を示し、内外に周知した。

読み放題雑誌アプリについては、先行のdマガジンに加え、楽天マガジン、Tマガジンもスタートしたことから、ガイドラインの規定項目については、継続的に進めていく。については9月に第2次電子雑誌広告タスクフォースを設置し、課題対応策の検討、各方面への調整・周知を推進している。

7. 「ステップアップセミナー」開催 <企画委員会>

ビギナーからベテランまで、より実践的に活用できるセミナーとして好評な「ステップアップセミナー」も今回で第4回目となった。定員100名の募集としたが36社、129名で締め切った。参加社

内訳は出版社 17 社、53 名、広告会社 19 社、76 名。出版社のスポーツ関連広告ビジネス、行動広告学、メディア環境分析と予測の 3 講座を展開した。

日時：6 月 26 日午前 10 時 30 分～午後 4 時

場所：講談社 N201 会議室

会費：9,000 円（昼食、飲料、資料）

【プログラム】（部署・役職はセミナー開催時）

—午前 10 時 30 分 開講—

*司会進行 古川 仁氏（光文社 メディアビジネス局長）

開講挨拶 日本雑誌広告協会副理事長

佐藤 均氏（光文社 常務取締役）

第 I 講 「スポーツと広告ビジネス」

① 「創刊 40 周年を迎える『Number』のブランドビジネス

文藝春秋 メディア事業局 Number チーム統括次長

井村圭佑氏

② 「デジタル化、絶好調！Tarzanの現状と今後」

マガジンハウス 広告局 メディアプロモーション部

麻坂博史氏、長 勲氏

③ 「感動を力に！パラスポーツの魅力を集英社の総合力でマルチ展開」

集英社 取締役 日高麻子氏、広告部部長代理 古賀 路氏

第 II 講 「行動広告学 ～人は何を話題にしたがるのか～」

電通 CDC プランナー / コピーライター

尾上永晃氏

第 III 講 「メディア環境の今とこれから

～テクノロジーで変わる読者との付き合い方～

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 主席研究員

東京大学情報学環 非常勤講師

加藤 薫氏

閉講挨拶 日本雑誌広告協会 企画委員会委員長

森 紀一郎氏（博報堂DYメディアパートナーズ 雑誌局長）

—午後 4 時 解散—

8. 「雑誌ジャンル」の更新・維持管理と「電子雑誌研究」 <広告問題対策委員会>

「雑誌分類認定委員会」で作成した改訂版のデータベースをもとに年 2 回の調査を行った。

今年度は、「調査目的とその利用」として、「出版社の最新の取り組みや雑誌への認知を深め、業界の発展につなげる」、「調査内容は広告主や広告会社の担当、調査会社が資料のベースとして利用している」ことを周知し、調整中などの理由により調査項目を保留し未回答の会員出版社に回答をお願いした。調査後、雑誌分類認定小委員会で仮認定を実施し、令和元年 8 月 9 日に第 25 回委員会、令和 2 年 2 月 14 日に第 26 回委員会を開催し、その結果を諮った。調査内容は次頁の通り。

調査内容の内訳

単位：誌

調査雑誌元数	新規掲載誌 (内訳)	ジャンル・カテゴリ 変更	休刊等削除	削除後総数	紙媒体の 電子版率
第 25 回 1,003 誌	17 (紙 10・電子 3・WEB4)	13 (紙 13)	28 (紙 28)	975 (紙 946・電子 6・WEB23)	56.0%
第 26 回 998 誌	23 (紙 12・電子 0・WEB11)	12 (紙 12)	30 (紙 30)	968 (紙 928・電子 6・WEB34)	58.2%

	読み 放題	WEB サイト	Face book	Twitter	You Tube	LINE	Insta gram	雑誌 アプリ	メール マガジン	読者 組織	EC
第 25 回 975 誌	185	386	338	447	89	129	215	103	170	87	78
第 26 回 968 誌	208	448	367	477	107	138	234	102	184	101	78

この「雑誌分類認定委員会」は、日本アドバイザーズ協会の雑誌委員会副委員長、日本雑誌協会の広告委員会副委員長、日本ABC協会の雑誌業務推進委員会委員長と副委員長、日本雑誌広告協会の広告問題対策委員会委員長と仮認定作業を担う雑誌分類認定小委員会委員（電通、博報堂DYメディアパートナーズ、ADKマーケティング・ソリューションズ）で構成される。

なお、当委員会のもうひとつのテーマである「電子雑誌研究」も、日本雑誌協会と共同で実施していく。

9. 第55回海外研修団派遣 <企画委員会>

ここ数年間アメリカのメディア先端都市ニューヨークでの研修が続いたが、独自の文化と流通機能を有するヨーロッパから学ぶべきことも多いことから、第54回はイギリスとドイツを研修先として企画し有益であった。さらに研究・学習すべきことが多いと判断し、第55回もイギリスとドイツを研修先とした。

19名の参加者（メンバーは後述＝社名・役職は研修時）は10月5日に羽田空港を出発し、7泊8日の全日程を終えて10月12日に成田に帰国した。

出発前の事前研修として8月と9月に2回の勉強会を実施した。

イギリスでの訪問先は英国雑誌協会（PPA）、タイムアウト社、パムコ（出版社）、YouYube、TIメディア（出版社）の5社。ドイツではアクセル・シュプリンガー社（出版社）を訪問した。

イギリスとドイツの雑誌業界は雑誌と信頼性のあるコンテンツの融合を具現化し、雑誌ブランドに紐づくイベント、コミュニティなど、読者に深くささり、繋がるための取り組みを推進している。物販や動画制作、Eコマースなどそれぞれに独自のビジネスを展開する。

帰国後は協会会報「雑誌広告」1月号においてレポートするとともに、パワーポイントで60ページを超える報告レポートを作成し、協会と各会員社内において発表することで、情報共有を行った。

今回も非常に多くの収穫を収め、お互いの交流も深めた有意義な視察だった。関係者には心より感謝したい。

【団 長】（部署・役職は実施時）

戸高良彦 マガジンハウス カスタムプロデュース部部长

【副団長】

長崎哲浪 電通 出版ビジネス・プロデュース局出版業務推進部

朝倉久美子 博報堂D Yメディアパートナーズ

雑誌局雑誌1部メディアアカウントディレクター

【編集長】

杉下一浩 文藝春秋 メディア事業局メディア事業1部副部长

【団 員】（申込順）

黒田里香 集英社 メディア・プロモーション第2課長

渡辺妙音 新潮社 広告部次長職

横溝直文 講談社 コミュニケーション事業第2部副部长

森川正人 光文社 デジタル事業部副部长

飯田誠敬 小学館 広告営業室課長

伊藤隆寛 日之出出版 メディア事業部部长代理

渡邊春乃 第一通信社 プランニング部

石橋和子 博報堂 出版・エンタテインメントデザイン局プロデュース2部

立崎祐輝 双葉通信社 業務推進部デジタルマーケティンググループ

友野文絵 文化企画 企画営業5部副部长

岩水洋子 徳間書店 メディア・ソリューション事業部部长

原田 僚 ADK マーケティング・ソリューションズ 出版ビジネス局

山井香織 東急エージェンシー 出版ビジネス部

中山不尽子 ビデオリサーチ メディアコミュニケーション事業局ACR

忽滑谷健一 ビデオリサーチ 企画推進局デジタル企画推進部企画推進2グループ

10. 雑誌広告の倫理向上のための活動状況 <倫理委員会>

1. 法律の改訂に伴う追補版小冊子の作成と案内

「消費者契約法の一部を改正する法律」（令和元年6月15日）の施行を受けて改定内容を冊子にまとめ会員社に案内した。

日本たばこ協会は健康増進法の改正に伴い、製造たばこに係る自主基準を6月14日に大幅改定した。また、酒に関する連絡協議会は酒類の広告に関する自主基準を7月1日に改正した。これら改正を受け、広告表示の注意事項をまとめ、会員社へ案内、冊子を配布した。

2. 行政や他団体の情報を共有

通信販売広告に関する表示の注意や、景品表示法違反による課徴金納付命令の判断などを、消費者庁等の行政判断や、国民生活センター、日本広告審査機構をはじめ他団体が示す消費者トラブルの情報を委員会で共有した。

3. その他

◇第 47 回モニター懇談会を開催

平成 31 年 4 月 15 日、午後 1 時 30 分～3 時まで「モニター懇談会」を開催した。倫理委員会からは 1 年の活動と審査結果を報告、消費者センターの相談員でもある各モニターからは、モニター誌の広告内容や消費者トラブルについて報告があり、意見交換した。

◇「倫理委員会発」No.431～No.440 を発行

◇東京都主催の講習会を案内

- 10 月 3 日 「医薬品等広告講習会」福祉保健局健康安全部主催
- 10 月 23 日・24 日 「特定商取引法に関する講習会」生活文化局主催
- 10 月 31 日 「景品表示法に関する講習会」生活文化局主催

平成 31 年度（令和元年度）審査結果（平成 31 年 4 月～令和 2 年 2 月）

※令和 2 年 3 月の委員会は新型コロナウイルス感染拡大の影響で中止した。

審査判断一覧

年度	審査件数	掲載不可	掲載保留	大幅改善申入れ	改善申入れ	掲載注意	問題なし
31 年度	362	11	1	2	131	154	63
	100.0%	3.0%	0.3%	0.6%	36.2%	42.5%	17.4%
30 年度	440	12	0	2	184	156	86
	100.0%	2.7%	0.0%	0.5%	41.8%	35.5%	19.5%

広告内容別ランキング

順位の（ ）は昨年度

順位	広告の内容	31 年度 件数	%	30 年度 件数	%
1 (2)	健康食品・飲料（機能性食品含む）	71	19.6%	77	17.5%
2 (1)	化粧品、薬用化粧品、トイレタリー	48	13.3%	101	23.0%
3 (3)	強壮食品	41	11.3%	63	14.3%
4 (4)	クリニック（美容外科他）	32	8.8%	55	12.5%
5 (7)	連合（3 社以上の連合広告）	24	6.6%	12	2.7%
6 (5)	性風俗	22	6.1%	24	5.5%
7 (11)	医薬品、医薬部外品、医療用品	20	5.5%	7	1.6%
8 (9)	開運商品	13	3.6%	11	2.5%
9 (13)	ギャンブル（ロト・宝くじ・競馬）	12	3.3%	6	1.4%
10 (6)	食品	10	2.8%	14	3.2%
10 (11)	占い	10	2.8%	7	1.6%
12 (15)	美容商品（化粧品・食品等の連合含む）	9	2.5%	5	1.1%
13 (13)	嗜好品	6	1.7%	6	1.4%
13 (16)	健康商品・機器	6	1.7%	4	0.9%
15 (7)	金融（FX、証券、不動産投資等）	5	1.4%	12	2.7%
15 (10)	通信販売	5	1.4%	8	1.8%
15 (19)	エステティックサロン	5	1.4%	2	0.5%
18 (一)	募集	3	0.8%	0	0.0%
19 (19)	強壮商品	2	0.6%	4	0.9%
19 (17)	住宅・不動産	2	0.6%	3	0.7%
19 (17)	ファッション	2	0.6%	3	0.7%
19 (17)	家庭雑貨・調理機器	2	0.6%	3	0.7%
19 (19)	整体	2	0.6%	2	0.5%
19 (23)	家電	2	0.6%	1	0.2%
19 (一)	学校・専門学校	2	0.6%	0	0.0%
26 (19)	通信教育	1	0.3%	2	0.5%
26 (23)	家具・寝具	1	0.3%	1	0.2%
26 (一)	自動車	1	0.3%	0	0.0%
26 (一)	本	1	0.3%	0	0.0%
26 (一)	趣味・レジャー	1	0.3%	0	0.0%
26 (一)	クラウドファンディング	1	0.3%	0	0.0%
	その他	0	0.0%	7	1.6%
	合計	362	100.0%	440	100.0%

1 1. 雑誌広告のPRを研究 <PR委員会>

第62回「日本雑誌広告賞」入賞作品展を令和2年3月2日から4月23日まで、出版クラブビル3階 クラブライブラリーで開催した。経済産業大臣賞（グランプリ）、総合賞、各部門金賞、広告賞運営委員会特別賞金賞作品を展示した。

1 2. 第4回スキルアップセミナー開催と雑誌広告デジタル送稿推進協議会（デジ協）活動への協力 <取引・作業合理化委員会>

1. 第4回スキルアップセミナーの開催

第4回スキルアップセミナー「箕輪厚介氏からの提言 コンテンツ黄金時代の勝ち方」を令和元年10月2日午後1時30分から3時まで集英社神保町ビル10階会議室で開催した。講師は箕輪厚介氏（幻冬舎 編集者）で、会費は会員社3,000円、非会員社6,000円。32社125名が受講した。

2. デジ協活動への協力

当協会と日本雑誌協会、日本広告業協会の3協会が運営する雑誌広告デジタル送稿推進協議会（デジ協）は、デジタルセンド社と連携し、オンライン送稿の安定した活用のため情報交換をおこなった。

また、デジタルセンド社は新サービスへの移行を進めることを発表。新しい技術・設計を採用し、より簡便で柔軟性の高いシステムへ抜本的に更新し、導入費用、利用代金の削減も図る。既存導入社には説明会を実施し、令和2年度に移行予定。

1 3. 雑誌広告の国際的な調査・研究のための活動 <国際委員会>

1. 国際セミナーを開催

「LVMHグループの沿革とメディアに対する視点」を7月3日午後3時から4時30分まで、LVMH モエ ヘネシー・ルイ ヴィトン・ジャパン代表取締役社長 ノルベール・ルレ氏、メディアコーディネーション&リサーチ ディレクター 池田力哉氏を講師に招き、講談社N 201 会議室で開催した。

ノルベール・ルレ氏はLVMHグループの沿革・日本における展開を説明、好調な経営状況やグループメゾンの事例、スタートアップ支援などを含む文化的活動などを紹介、池田氏はLVMHとしてメディアに期待すること、良いパートナーシップを築くための視点に関する説明があった。活発な質疑応答があり、盛況裡に終了した。会費は会員社3,000円、非会員社6,000円。30社137名が受講した。

また、令和2年3月4日にビービット東アジア営業責任者の藤井保文氏を招き、国際セミナー「アフターデジタル社会における変化と、人と場所の役割変化」の開催を予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大による影響で延期した。

2. 国際レポート

ビデオリサーチ 企画推進局デジタル企画推進部 青柳壮助氏による「『欧州におけるパブリッシャーの新規ビジネス』と『共通化』への取り組みー日本の出版業界はどうすべきか？ー」を会報7月号に掲載した。

近年雑誌市場は縮小を続けているが、これは決して日本だけではなく、欧州でも同様である。こ

のような環境において欧州のパブリッシャーは様々な攻め手を打ち出し生き残りをかけている。そのキーワードはデジタルやイベントを活用した「新規ビジネス」と、デジタルやプリントのオーディエンスをどのように把握するかを「共通化」する取り組みであると検証。日本の雑誌市場で参考とすべき共通化への取り組みを提案している。

1 4. 会報「雑誌広告」の発行状況 <会報編集委員会>

平成31年4月号（No.756）から令和2年3月号（No.767）まで、毎月1日を発行日に8ページ建てを11回、40ページ建てを1回、合計12回発行した。

40ページ建ては11月号（No.763）の「第62回日本雑誌広告賞特集号」で、入賞した26作品と審査委員の講評、広告賞運営委員会特別賞2点を掲載した。また、10月の海外研修団派遣については令和2年1月号（No.765）「第55回JMAA海外研修団レポート特集号」とし、参加者の研修報告を掲載した。通常号の「最前線」は、企画委員会と広告問題対策委員会、会報編集委員会で小委員会を構成し、取材候補として選んだ広告主のインタビュー記事を掲載。特集は該当月号の担当会報委員が企画を発表し、討議した内容で作成した。

「第62回日本雑誌広告賞特集号」の表紙は朝日広告社による無償提供の作品である。11月・1月の特集号を除く通常号の表紙は、長場 雄氏の作品。

発行部数は、平成31年4月号・令和元年5月号と6月号が2,100部、7月号～10月号及び12月号と令和2年2月号・3月号が2,000部、1月号研修レポート特集号が2,100部。11月広告賞特集号は2,600部作成した。

また、ホームページで会報通常号と海外研修団特集号の全ページと11月広告賞特集号の講評ページを掲載した。

本年度末における配本内訳は表の通りである。

会報配布先	社数	部数
雑誌発行社	74社	568部
広告会社	81社	528部
会員社（追加分）	9社	136部
会員外	3社	3部
関係団体 広告主	}	594部
寄稿家		70部
予備		101部
合計		2,000部

1 5. 各種の刊行物

① 2020年版「雑誌広告掲載料金表」

2,350部を12月中旬に刊行、予約申込みの会員社に頒布した。

頒布価格は1,000円。

② 日本雑誌広告協会「会員名簿」

令和元年7月1日現在の雑誌発行社75社、広告会社81社の正会員、賛助会員を記載し全会員社に配布した。

16. 平成31年度（令和元年度）中の新入会社・退会社

<退会会員>敬称略

社名	正会員	賛助会員
5月		
株式会社マツコー	代表取締役社長 松本 智行	常務取締役 参与 媒体本部上席主任 媒体部主任 媒体部 渡辺 清隆 伊藤 晋 吉野 利江 渡辺 将史 上田 阿里
9月		
株式会社ベストセラーズ	代表取締役社長 小川 真輔	メディアプロモーション部課長 登坂 孝幸
3月		
株式会社からだにいいこと	代表取締役会長 佐久間省吾	感動創造事業部主任 長谷川知里
株式会社アド電通大阪	代表取締役社長 三澤 俊一	取締役 取締役 新福 一史 佐野 敬一
株式会社 ADK インターナショナル	代表取締役社長 佐藤 渡	業務管理局局長 宇都 英之

17. 平成31年度（令和元年度）末の会員社数と会員数

	社 数	会 員 数
雑誌発行社	73社	336名
広告会社	79社	285名
計	152社	621名